

SECTOR HOTELERO ESPAÑOL

MADUREZ, BIENVENIDA MADUREZ

Efectivamente, si algún adjetivo acompaña al “sector hotelero español”, este es la madurez. Son años, mejor dicho décadas, de desarrollo hotelero, de crear destinos y marcas, de investigación y evolución del producto, de innovación, de aplicación de nuevas tecnologías, en definitiva de experiencia que se puede traducir también en madurez.

Esto significa que España, en su conjunto, es un destino vacacional consolidado y las variaciones o fluctuaciones de mercado (descontando periodos de crisis), presenta muy pocas variaciones en sus cifras principales.

En el año 2017 recibimos más de 82 millones de turistas, con un incremento del 8% respecto del año anterior e incrementando el gasto total del conjunto de los turistas en un 12% respecto del 2016, esta cifra de gasto se eleva hasta los 87.000 millones de euros.

Pendientes del cierre definitivo del ejercicio 2018, todo apunta a unas cifras muy similares, quizás un ligero descenso del número de turistas, pero mejora del gasto medio, y 2019 no debe ser ninguna sorpresa ni negativa ni positiva, si a esto le llamamos madurez..... que se quede.

Por comunidades autónomas Cataluña es líder del mercado nacional, seguida muy de cerca por Andalucía, a más distancia le siguen Madrid, Canarias y Baleares. La Costa Brava y Barcelona se mantienen como dos de las zonas de mayor afluencia de turismo y de mayor ocupación hotelera.

Detallamos a continuación algunos conceptos que nos pueden ayudar a entender mejor las posibles oportunidades:

1. Los destinos vacacionales junto a Barcelona y Madrid siguen siendo los de mayor interés para los inversores

2. El principal modelo de negocio son los contratos de alquiler (fijo y variable) ya que encaja en los Family Office y en las Socimis, perfil de inversor activo en el contexto nacional.
3. Los contratos más extendidos son los de renta variable, compuestos por una parte fija y una variable en función de los resultados. Estos contratos tienen una media de 15 a 20 años.
4. Aumentan las franquicias, modalidad muy asentada en inversores anglosajones
5. El perfil de hotel más buscado es el urbano de 4 y 5* con más de 150 habitaciones
6. También el mercado vacacional premium es muy interesante.
7. Hay que estar atentos a los posibles acuerdos de fusión, integración, joint-venture, entre grupos ya que en la actualidad prima el crecimiento de los grupos medianos y grandes.

Max Nesweda

Corporate Finance

Consell de Cent, nº 413, 1^o 2^o · 08009 Barcelona - SPAIN

Tel.: +34 935052200 · Mob: +34 617491965

mnesweda@morisonacpm.com

www.morisonacpm.com

www.morisonksi.com